

«Jeden Monat bringen wir über 500 Leute aus der Branche zusammen»

Mittwoch, 14. Mai 2014 10:30



Die Schweizer Dukascopy Bank hat eine Filiale in Zürich eröffnet und will im Devisenhandel zur Referenz im Markt avancieren. CEO Alain Broyon erklärt im Interview mit *finews.ch*, wie dieses Ziel auch mit Online-Games, Miss-Wahlen und einem TV-Programm erreicht werden soll.

Herr Broyon, Sie sind seit neun Jahren CEO der Dukascopy Bank. Was waren die Meilensteine in dieser Zeit?

Allein schon die Gründung war ein Meilenstein. In der Schweiz entstehen mittlerweile ja nicht mehr so viele Banken. Dass wir 2010 die Banklizenz von der Finma erhielten, war ein weiterer, unentbehrlicher Schritt. Dann, 2011, die Gründung von **Dukascopy** Europe für die Etablierung unserer europäischen Filialen.

Später eröffnete die Bank weitere Niederlassungen in Kiew, Moskau und Hongkong. Last but not least haben wir vor kurzem eine Repräsentanz in Zürich in Betrieb genommen.

Warum brauchen Sie als Online-Bank überhaupt physische Niederlassungen?

Auch die Kunden einer Online-Bank möchten sehen, dass es uns gibt. Nur so haben sie Vertrauen.

Grosse Kunden messen uns auch am Personal, das wir beschäftigen. Natürlich leben wir in einer globalisierten und zunehmend virtuellen Welt, aber das Finanzgeschäft hat trotz allem einen lokalen «Approach».

Wer steht hinter der Dukascopy Bank?

Mehrheitsaktionär ist der Gründer **Andrey Duka**; ursprünglich ein Physiker, der 1998 an das CERN nach Genf kam und in der Folge eine vollelektronische Handelsplattform entwickelte. Weil die Banken kein Interesse an diesem Tool zeigten, beschloss er 2004, eine eigene Firma zu gründen.

«Wir waren immer profitabel»

Bis 2010 existierten rund 200 solcher Online-Broker in der Schweiz, bis dann die Finma die Banklizenzpflicht einführte. Seither gibt es hierzulande bloss noch uns und Swissquote, die unlängst die MIG Bank übernahm.

Waren die vergangenen Jahre auch wirtschaftlich erfolgreich?

Absolut. Sonst hätten wir kaum unseren Mitarbeiterbestand von 2 auf 300 Personen steigern können. Wir waren in allen Jahren profitabel.

Bei wie vielen Kunden stehen Sie jetzt?

Es sind mehrere Zehntausend. Unsere Website wird täglich von etwa 40'000 Benutzern angeklickt. Monatlich eröffnen wir rund 600 neue Konten.

Was genau bietet Dukascopy?

Eine selbstentwickelte Online-Plattform für den Handel mit Devisen und Edelmetallen und demnächst auch Differenzkontrakten, so genannten Contracts for Differences (oder CFD). Dukascopy agiert wie ein Marktplatz, dem 25 Banken Liquidität zur Verfügung stellen. Dadurch erhalten alle Kunden den gleichen Preis (*0,2 pip spread EUR/USD im Durchschnitt*).

«UBS und Credit Suisse liefern Liquidität»

Jeder kann mit jedem handeln. Das ist einmalig in der Forex-Branche, da die Dukascopy Bank eine transparente Handelsplattform mit einer der grössten Liquiditäten weltweit ist.

Zählen auch Schweizer Banken zu Ihren «Liquiditäts-Anbietern»?

Ja, natürlich, zum Beispiel die UBS und die Credit Suisse. Daneben sind es auch zahlreiche ausländische Institute wie die Citigroup, J.P. Morgan, Deutsche Bank, Goldman Sachs, Nomura, BNP Paribas, RBS oder Société Générale.

Wer sind Ihre Kunden?

Wir haben mehrere zehntausend Privatkunden und daneben auch institutionelle Anleger wie Banken, die unsere Handelsplattform selber benützen oder in einer White-Label-Version ihren Kunden anbieten. Devisen sind heute eine eigene Anlagekategorie und der Devisenmarkt ist der grösste Finanzmarkt der Welt.

Genauer?

Im Forex-Handel werden täglich ungefähr 5'000 Milliarden Dollar umgesetzt, und das Handelsvolumen im Privatkundenbereich beläuft sich täglich auf rund 325 Milliarden Dollar. Es ist der wichtigste Marktteil schlechthin. Immer mehr Anleger realisieren, welche Chancen sich da bieten – und das rund um die Uhr.

Ist der Handel mit Devisen nicht sehr riskant?

Solange man ohne Hebel handelt (das heisst, sie können 1:1 von Kursschwankungen profitieren), sind Devisen nicht riskanter als Aktien. Tendenziell weisen Devisen sogar die gleiche Volatilität auf wie Aktien.

«Klassische Werbung ist ineffizient»

Blue Chips können an einem Tag mehrere Prozent an Wert gewinnen oder verlieren. Von anderen Aktien gar nicht zu sprechen. Bei Devisen ist das selten der Fall.

Auf welche Informationen sollte man sich beim Devisenhandel abstützen?

Das hängt von Ihrer Strategie ab. Wenn Sie langfristig investieren, zählen vor allem wichtige Wirtschaftsdaten, die in regelmässigen Abständen und an festgelegten Tagen bekanntgegeben werden. Darunter fallen zum Beispiel die Arbeitslosenquote, Zins- und geldpolitische Entscheidungen, das Handelsdefizit usw.

Ein eher kurzfristiger Investitionsansatz verfolgt die technische Analyse. Diese kommt vor allem bei Daytradern zum Einsatz. Wer im Minutentakt handelt, dem sind geldpolitische Entscheide mehr oder weniger egal.

Dukascopy Bank macht in der Westschweiz mit unkonventionellen Marketing-Aktionen von sich reden. Welche Absicht steckt dahinter?

Die klassische Werbung scheint uns ineffizient. Deshalb haben wir unser eigenes Marketing-Konzept entwickelt und unsere eigene «Community» aufgebaut.

«Wir betreiben ein eigenes Finanz-Fernsehen»

Dabei investieren wir sozusagen in ein Soziales Netzwerk, in die so genannte «Dukascopy Community», die mittlerweile mehr als 50'000 Mitglieder zählt. Diese tauschen untereinander Strategien aus und können dabei Preise im Gesamtwert von einer Millionen Dollar gewinnen. Wir betreiben auch unser eigenes Finanz-Fernsehen in Zusammenarbeit mit anderen Medienhäusern wie «Agefi», «Market» oder «Investing».

Finanz-Fernsehen?

In unseren TV-Studios in Genf, Riga und Kiew produzieren rund 50 Mitarbeiter täglich finanzrelevante Videos, die wir auf unserer Website sowie auf Facebook, Youtube und den Webseiten unserer Medienpartner publizieren. Wir tun das in mittlerweile sechs Sprachen.

Das Ziel dahinter ist, eine loyale Community aufzubauen, der wir mehr als nur Forex-Handel bieten. Würden wir eine Million Franken über Google in Online-Werbung investieren, hätten wir kurzfristig bestimmt mehr Traffic. Aber langfristig scheint uns unsere eigene Strategie lohnender.

Wie messen Sie Ihren Erfolg im Internet?

Im Zentrum steht unsere Community, die aktuell etwas mehr als 50'000 Mitglieder zählt. Unser Ziel ist es, die grösste Trading-Community im Internet aufzubauen. Wir wollen gewissermassen das Facebook des Forex-Handels sein. Aktuell befinden wir uns in der ersten Phase dieser Entwicklung.

«Unsere Community hat ein riesiges Potenzial»

Neben dem Forex-Handel bieten wir auch ein breites Angebot an Chat-Möglichkeiten, «Games» sowie virtuelle Räume, wo sich die Mitglieder – auch via FaceTime – austauschen können. Hier eröffnen sich enorme Vernetzungsmöglichkeiten.

Muss man Kunde von Dukascopy sein, um bei diesem sozialen Netzwerk mitzumachen?

Nein. Wir wollen unabhängig vom Trading eine Community unterhalten, die sich für den Forex-Handel interessiert. Jeder der sich für den Forex-Handel interessiert kann sich anschliessen. Dass sich immer mehr Banken, Broker und grosse Vermögensverwalter für unsere Community interessieren, zeigt, welches Potenzial hier besteht.

Trotz dieser Online-Aktivitäten organisieren Sie jeden Monat in einem Fünfsterne-Hotel in Genf auch einen «Forex-Event». Was hat es damit auf sich?

Das ist unsere «physische» Community. Jeden Monat bringen wir mehr als 500 Leute aus der Finanzbranche zusammen. Das ist ein **Networking-Anlass**, oft kombiniert mit einer Modeschau von exklusiven Designern, wie Salvatore Ferragamo, Versace oder Gucci.

Diese Firmen agieren als Sponsoren. Zum Beispiel wird der nächste Event am 23. Mai in Zusammenarbeit mit **Flavio Castellani** stattfinden.

Wer qualifiziert sich für den Geneva Forex Event?

Jede Person, die in der Finanzbranche tätig und am Forex-Handel interessiert ist. Und natürlich auch, wer Kunde von Dukascopy werden möchte. Wir prüfen jede Anmeldung und entscheiden dann, ob die Kriterien erfüllt sind.

Am Geneva Forex Event wird jeweils Ende des Jahres auch eine «Miss Dukascopy» gekürt. Ist das seriös?

Mehr als das. Die Kandidatinnen, die sich online bewerben, müssen im Laufe des Jahres verschiedene Aufgaben lösen; beispielsweise Fragen aus der Finanzwelt beantworten oder Einschätzungen abgeben. Wer das nicht macht, scheidet relativ schnell aus. Insofern haben nur Frauen bei diesem Wettbewerb eine Chance, die auch mit der Finanzwelt vertraut sind.

«Die Gewinnerin kriegt 250'000 Dollar»

Die Gewinnerin wird anhand von verschiedenen Kriterien gewählt, wie zum Beispiel ihre Popularität und ihren Beliebtheitsgrad. Der Gewinn sind Preise im Wert von 250'000 Dollar, gesponsert von Häusern wie Versace, Salvatore Ferragamo und Vermorel.

Die Bankbranche befindet sich in einem epochalen Transformationsprozess. Ist eine Online-Bank wie Dukascopy auch davon betroffen?

Für uns ist klar: Die junge Generation will ihre Bankgeschäfte online und via Smartphone abwickeln. Selbst im Vermögensverwaltungsgeschäft renommierter Finanzinstitute ist man sich dessen bewusst. Darum misst sich der heutige Wettbewerb unter Banken an der Intelligenz, Effizienz und Sicherheit der den Kunden zur Verfügung gestellten Technologien.

Die Schweiz hat angeblich die strengsten Regeln in Bezug auf Geldwäscherei. Wie garantieren Sie, dass sich keine kriminelle Elemente bei Ihnen einschleichen?

Als Schweizer Bank sind wir verpflichtet, die Regelungen zur Bekämpfung der Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung strikt einzuhalten. Die «due diligence», die daraus resultiert, wird von unserem Compliance Team gemacht.

Alle Identifizierungsdokumente und Kontoeröffnungs-Unterlagen werden sorgfältig überprüft und aufbewahrt. Das Wichtigste ist aber, dass die Bank seine Kunden kennt, das heisst, dass sie weiss, welche berufliche Aktivitäten sie haben, und wie sie ihre Vermögen aufgebaut haben. Jeder Kunde wird erst als solcher akzeptiert, wenn wir mit all den uns zur Verfügung stehenden Mitteln (wie Internet und WorldCheck) eine kriminelle Herkunft des Geldes ausschliessen können.

«Wir haben keine Kunden mit US-Wohnsitz»

Diese «due diligence» wird selbstverständlich von internen und externen Revisoren überprüft. Anschliessend liegt es an unseren Compliance-Mitarbeitern, die entsprechenden Dokumente einer akribischen Prüfung zu unterziehen und sicherzustellen, dass das Geld rechtens ist.

Was mit Fatca bald einmal Realität sein wird, dürfte über kurz oder lang auch in Europa mit dem automatischen Informationsaustausch kommen.

Haben Sie auch US-Kunden?

Im Jahr 2011 haben wir unsere Kunden, die ihren Wohnsitz in den USA haben, einigen US-Brokern übertragen.

Woher kommen Ihre Kunden?

Im Prinzip aus der ganzen Welt. Wir haben kein Land, das mehr als 12 Prozent unserer Klientel repräsentiert.

Warum haben Sie ein Büro an der Zürcher Bahnhofstrasse eröffnet?

Wir waren hierzulande bisher nur in der Westschweiz präsent. Um eine landesweite Wahrnehmung zu erhalten, müssen wir auch auf dem Finanzplatz Zürich physisch vertreten sein.

Wie gross ist das Zürcher Büro?

Es wird in einer ersten Phase bis zu sieben Personen umfassen, die ausschliesslich im Front Office tätig sind. Wir suchen noch ein paar Leute. Es ist eine Anlaufstelle für Kunden und Interessenten.

Ist es denkbar, dass Sie ein anderes Finanzinstitut übernehmen?

In der Schweiz nicht, aber im Ausland. In Japan halten wir nach einem Broker Ausschau.

Bestehen Pläne, in die Vermögensverwaltung für wohlhabende Privatkunden einzusteigen?

Wir sind eine Online-Handelsbank mit einer selbstentwickelten Handelsplattform. In unserem Kerngeschäft dreht sich alles um Geschwindigkeit und hoch entwickelte Technologien. Private Banking kommt für uns nicht in Frage.

«Wir wollen an die Börse»

Ist ein Börsengang eine Option?

Ja, als Exit-Strategie für die Gründungsaktionäre, wobei wir noch nicht wissen, ob wir in der Schweiz oder anderswo in den nächsten Jahren an die Börse gehen wollen.

Was sind Ihre nächsten Expansionsschritte?

Wir werden bald Büros in Shanghai und Kuala Lumpur eröffnen. Technisch bauen wir unsere Plattform laufend aus. Nachdem man auch Binäre Optionen bei uns handeln kann, werden wir in einem nächsten Schritt den Handel mit CFD anbieten. Ausserdem wollen wir unsere Community mit zusätzlichen Online-Services ausbauen und mit weiteren Banken Kooperationen eingehen.



*Der 35-jährige Schweizer **Alain Broyon** ist CEO der Dukascopy Bank (Schweiz). Er ist in London geboren und verbrachte einen Grossteil seiner Jugend in Brasilien, bevor er an der Universität Lausanne (HEC) einen «Master in Finance» machte. Danach arbeitete er bei verschiedenen Banken in Genf, unter anderem als Händler, bevor er 2005 zu Dukascopy wechselte.*

© 2014 *finews.ch* - Treffpunkt der Finanzwelt